



VEILLE, STRATÉGIQUE

Améliorer la prise de
décision en entreprise



Tout droit réservés : cikisi





Table des matières

<u>Qu'est ce que la veille stratégique.....</u>	<u>3</u>
<u>Pourquoi est-ce important de faire de la veille.</u>	<u>4</u>
<u>Les avantages des décisions basées sur l'information</u>	<u>5</u>
<u>La veille pour quels usages</u>	<u>6</u>
<u>Comprendre le processus des décisions basées sur l'information</u>	<u>7</u>
<u>Cas d'usage : Veille innovation.....</u>	<u>9</u>
<u>Cas d'usage : Knowledge management</u>	<u>10</u>
<u>Cas d'usage : Veille concurrentielle</u>	<u>11</u>
<u>Conclusion</u>	<u>12</u>



Qu'est-ce que le veille stratégique

La veille est une stratégie d'entreprise qui aide le processus de prise de décision en rassemblant, collectant les meilleures données internes et externes (entreprise, concurrents, marché, clients, tendances, innovations, ...).

En exploitant ce type de données, il est possible déceler les nouvelles tendances de votre marché, identifier les menaces pesant sur votre activité. Mais également de réagir rapidement aux actions des concurrents et/ou découvrir les innovations de votre secteur.

Pour effectuer ce type de veille, il est important de savoir exploiter le volume massif d'informations qui existe sur le web et d'appliquer la technologie pour rationaliser le processus

On vous explique comment →

Pourquoi faire de la veille stratégique c'est important ?

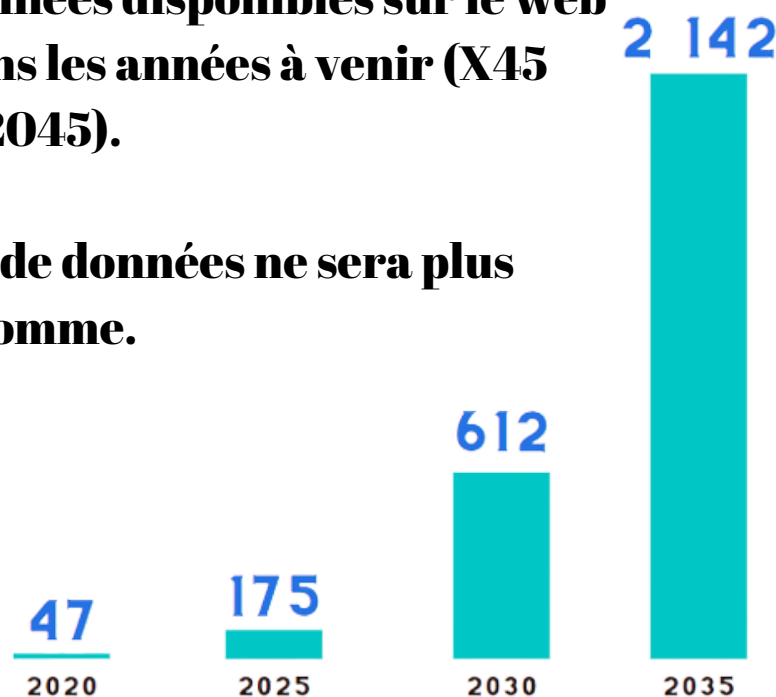
Dans un monde où la surcharge d'informations est devenue la norme, aucune entreprise souhaitant se développer en répondant aux besoins et aux tendances du marché ne peut se passer d'un outil de veille.
... Alors pourquoi est-ce si important ?



Le total des données disponibles sur le web va exploser dans les années à venir (X45 entre 2020 et 2045).

Cette quantité de données ne sera plus gérable par l'homme.

Source : Statista

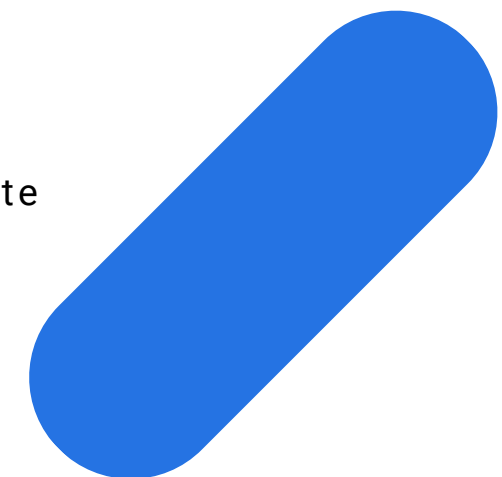


Les entreprises qui intègrent le big data et l'analytique dans leurs opérations peuvent surpasser leurs pairs de 5 % en termes de productivité et de 6 % en termes de rentabilité.

Source: Big Data: the management revolution, Harvard Business Review & PWC

85 % des organisations axées sur l'information, c'est-à-dire celles qui ont intégré l'analytique dans l'ensemble de leurs activités, ont dépassé leurs objectifs, contre 67 % des organisations moins matures...

Source: Deloitte



L'avantage de prendre des décisions basées sur de l'information



Prendre des décision en confiance

Une fois que vous aurez commencé à collecter et à analyser des données, vous constaterez probablement qu'il est plus facile de prendre une décision en toute confiance concernant presque tous les défis commerciaux, qu'il s'agisse de lancer ou modifier un produit, d'adapter votre communication marketing ou de cibler de nouveaux segments de marché.

Les données ont des multiples rôles. D'une part, elles servent à comparer ce qui existe actuellement, ce qui vous permet de mieux comprendre l'impact qu'une décision aura sur votre entreprise.

En outre, les données sont logiques et concrètes, ce qui n'est pas le cas de l'instinct et de l'intuition. De ce fait, vous gagnez de la confiance pour la prise de décision. Cette confiance permet à votre entreprise de s'engager complètement dans une vision ou une stratégie particulière sans craindre de manière excessive que la mauvaise décision ait été prise.

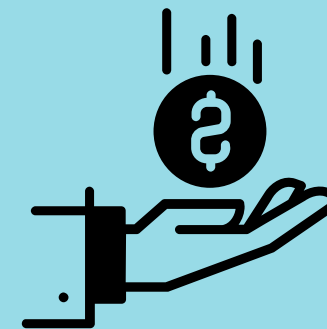
Cependant, ce n'est pas parce qu'une décision est fondée sur des données qu'elle sera toujours correcte. Si les données peuvent montrer un schéma particulier ou suggérer une certaine évolution, lorsque le processus de collecte ou l'interprétation des données est défectueux, toute décision fondée sur ces données sera également inexacte. C'est pourquoi l'impact de chaque décision commerciale doit être régulièrement mesuré et couvert.



Être plus proactif

Lorsque vous appliquez pour la première fois un processus décisionnel fondé sur les données, cela peut être long et compliqué à mettre en place. Les données racontent une histoire, à laquelle vous et votre association devez également répondre.

Bien que les données soit précieuses, ce n'est pas le seul rôle que les données et l'analyse peuvent jouer dans votre entreprise. Si vous avez suffisamment de pratique et si vous disposez des bons types et de bonnes quantités de données, il est possible de les exploiter à 360°. Par exemple, en signalant les opportunités commerciales avant que vos concurrents ne le fassent, ou en détectant les erreurs stratégiques avant qu'elles ne deviennent trop graves.



Réaliser des économies

Il y a de nombreuses raisons pour lesquelles une entreprise peut choisir d'investir dans la compréhension du "big data" et viser à ce que ses processus soient davantage axés sur les données. Selon une récente enquête menée par NewVantage Mates pour la Harvard Business Review, les taux de réussite de ces entreprises varient

L'un des fait les plus marquant est selon l'étude que l'utilisation des données peut réduire les frais des entreprises. Parmi les entreprises ayant mis en place des systèmes de compréhension de l'information, 49% de celles-ci ont diminué leurs frais alors que les autres entreprises ont obtenu des résultats plus mitigés. Le big data est utilisé pour améliorer l'efficacité fonctionnelle. La capacité à émettre des avis éclairés fondés sur les informations les plus récentes est en train de devenir la norme.

Pour quel usage faire de la veille ?



PRÉVISION & BUDGÉTISATION

En évaluant les données historiques relatives des revenus, des transactions, des bénéfices et des coûts d'une entreprise, ainsi que ses objectifs de croissance future. Une personne en charge de la veille peut identifier le budget et les investissements nécessaires pour faire de ces prétentions une réalité.

RISK MANAGEMENT

En comprenant la probabilité que certains risques commerciaux se produisent et les frais associés. La veille stratégique peut faire des recommandations rentables pour aider à les atténuer.

VENTES & MARKETING

En comprenant les KPI, le taux de conversion des clients, un analyste marketing peut identifier le nombre de prospects que ses efforts doivent générer pour remplir le pipeline des ventes.

RECHERCHE & DEVELOPPEMENT

En comprenant comment les clients ont réagi aux caractéristiques du produit dans le passé. Un responsable de veille peut aider à guider le développement du produit, la conception et l'expérience utilisateur dans le futur.

Comprendre le process de décision basé sur l'information

Aujourd'hui, tous les secteurs d'activité cherchent à être guidés par les données. La plupart des professionnels comprennent que, sans données, les intuitions et les fausses hypothèses peuvent obscurcir le jugement et conduire à une mauvaise prise de décision.

Decision making



Planning & Direction



Data collecting



Data storing & Filtering



Data Analyzing & understanding



Sharing Insights





"Les employés passent 1,8 heures par jour, soit 9,3 heures par semaine, en moyenne, à chercher et à rassembler des informations. En d'autres termes, les entreprises engagent 5 employés mais seuls 4 travaillent. Le cinquième est à la recherche de réponses, mais n'apporte aucune valeur ajoutée."

Institut McKinsey



Cas d'usage : innovation watch

Rester proactif sur son marché grâce à la veille innovation

La veille innovation, une arme stratégique redoutable pour l'entreprise

Pour **rester compétitive sur son marché**, l'entreprise doit constamment **s'adapter à l'environnement** dans lequel elle évolue. Elle n'est donc pas à l'abri de voir un nouveau concurrent redistribuer les cartes du jeu en débarquant avec une idée innovante. L'innovation devient ainsi la **capacité d'anticiper les tendances** de son marché et d'y répondre en créant et développant de nouveaux produits ou services. En réalisant une veille innovation permanente, l'entreprise peut alors :

- Identifier les tendances technologiques émergentes du marché actuel et les anticiper ;
- Vérifier que son idée de nouveau produit ou service n'existe déjà pas ailleurs ;
- S'inspirer de technologies développées sur des marchés connexes.

Réaliser une veille technologique quotidienne pour la pérennité de son entreprise

Pour pouvoir survivre, l'entreprise ne doit pas envisager l'innovation comme une option. Si l'un de ses concurrents est sur le point de révolutionner le marché avec une idée innovante et qu'elle n'a pas les ressources à sa disposition pour identifier et anticiper un tel changement, elle prend le risque de perdre son positionnement et de ne pouvoir se relever.

C'est pourquoi elle a tout intérêt à réaliser une veille technologique quotidienne à l'aide d'une solution SAAS d'intelligence économique comme Cikisi. En lui fournissant en temps réel un état des lieux du paysage technologique, l'outil Cikisi lui permet de prendre les bonnes décisions au bon moment grâce notamment à la qualité de ses données issues :

- Des articles scientifiques et de la presse spécialisée ;
- Des bases de données brevets ;
- Des sujets traités sur le web et les réseaux sociaux, triés en fonction de leur récurrence.



La gestion des connaissances de l'entreprise : centraliser l'information à des fins stratégiques

Capitaliser dans la gestion des connaissances, l'importance du knowledge management

Saviez-vous que l'on parle de **capital immatériel de l'entreprise** lorsqu'on aborde le sujet de la gestion de ses connaissances ? Effectivement, l'information dont l'organisation dispose peut vite se transformer en or. Pourquoi ? Parce qu'**avoir la bonne donnée au bon moment lui permet d'avoir une longueur d'avance sur la concurrence**. C'est pour cela que les grandes entreprises capitalisent sur la gestion de l'information en créant des services qui lui sont entièrement dédiés. Un knowledge management réussi leur permet :

- D'améliorer leur compétitivité et leur productivité ;
- De trouver le bon moment pour innover ;
- De développer une culture du partage entre leurs différents services ;
- De contrôler leur réputation en ligne en surveillant ce qu'il se dit sur elles.

Avoir l'avantage concurrentiel grâce à une bonne maîtrise de l'information

Tous les décideurs le savent ! Il faut avoir un coup d'avance sur la concurrence. L'importance stratégique est de repérer tous les signaux faibles du marché avant qu'il ne soit trop tard. Optimiser la gestion des connaissances de leur entreprise à l'aide d'un logiciel de Market intelligence comme CIKISI permet aux dirigeants :

- D'obtenir en temps réel l'information la plus intelligente qu'il soit sur le marché concurrentiel ;
- De prendre les meilleures décisions au meilleur moment en saisissant les opportunités ;
- D'anticiper les éventuelles menaces.

Les données collectées et traitées par l'outil sont directement exploitables par l'ensemble des départements de l'entreprise.



Cas d'usage : Knowledge management



Rester proactif sur le marché grâce au monitoring de vos concurrents

Un outil de veille concurrentielle pour surveiller vos concurrents

Surveiller ses concurrents sur le web est chronophage. De plus, les logiciels d'analyse concurrentielle actuels ont tendance à miser sur la quantité des informations qu'ils collectent pour leurs clients au détriment de la qualité. Cikisi, outil de veille automatisée, dispose sur son interface d'un système de recherche pour récolter la donnée la plus intelligente qui soit. L'utilisateur peut définir la pertinence des sources d'information avant de lancer sa recherche.

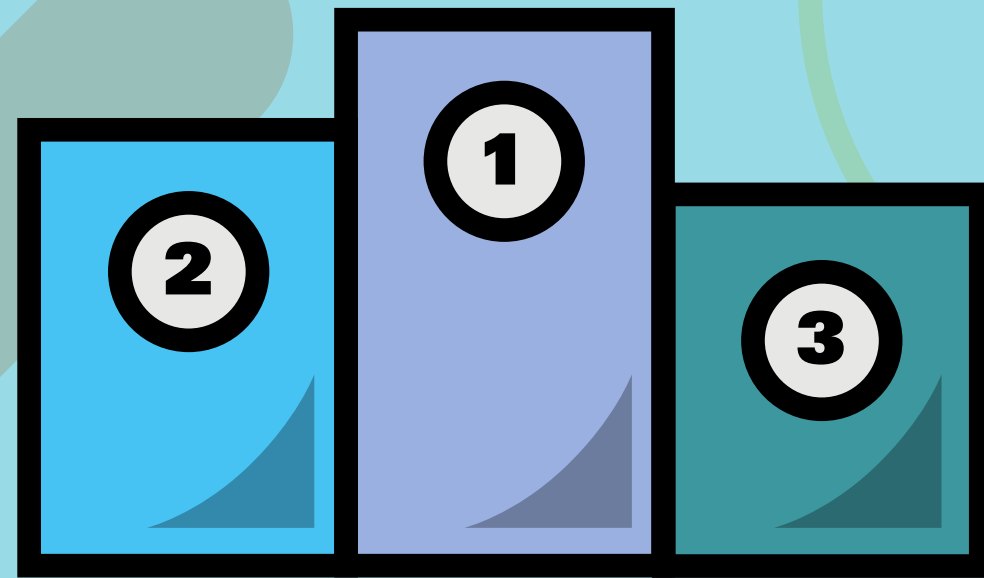
Un module de filtrage puissant des données permet, quant à lui, de refiltrer les résultats obtenus pour les rendre encore plus pertinents à la requête. La plateforme délivre ainsi une information pointue sur l'environnement extérieur de l'entreprise. L'ensemble peut facilement être partagé avec les équipes par un processus simplifié.

Définir son positionnement sur le marché par une veille concurrentielle quotidienne

Un concurrent sort un nouveau produit ou une nouvelle offre ? Un autre arrive sur le secteur et commence à faire parler de lui ? Une analyse quotidienne des acteurs d'un même marché permet à l'entreprise de se situer et d'ajuster son positionnement d'un point de vue stratégique.

L'outil SAAS Cikisi collecte en temps réel toutes les informations utiles à l'enseigne pour comprendre l'environnement concurrentiel dans lequel elle évolue.

En gardant un œil constant sur ce que fait la concurrence, l'entreprise peut mettre en place de nouvelles stratégies dans le but de maintenir son positionnement sur le marché ou d'avoir une longueur d'avance. En fournissant une analyse des tendances du marché, la plateforme web aide les professionnels à s'adapter rapidement et intelligemment à leur secteur en repérant les opportunités à saisir ou les éventuelles menaces.



Cas d'usage : Competitive intelligence



Vous désirez

Diminuer le niveau de risque



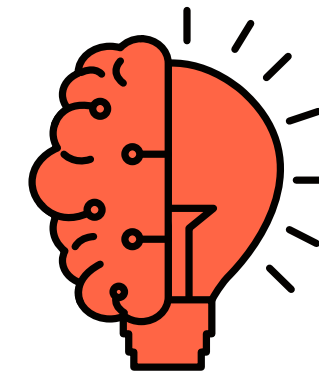
By understanding the likelihood of certain business risks occurring and their associated expenses

Améliorer les prédictions Ventes et Marketing



En évaluant la compréhension et l'estimation de la taille du marché ou les données sur les revenus, les ventes et les coûts des nouvelles tendances du marché, ainsi que ses objectifs de croissance future. En comprenant les mesures clés, telles que le taux de conversion des prospects en clients.

Créer de meilleures innovation



En comprenant comment les clients ont réagi aux caractéristiques d'un type de produit dans le passé, ou en détectant des tendances. Un veilleur peut aider à guider le développement du produit, la conception et l'expérience de l'utilisateur à l'avenir.

CONTACT CIKISI